



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА**

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**77-ї НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ ПРОФЕСОРІВ,
ВИКЛАДАЧІВ, НАУКОВИХ ПРАЦІВНИКІВ,
АСПІРАНТІВ ТА СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ**

16 травня – 22 травня 2025 р.

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СИСТЕМИ СЕРВІСНОГО ТА ПІСЛЯПРОДАЖНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сервісне та післяпродажне обслуговування продукції є невід'ємною складовою діяльності підприємств виробничої сфери у сучасних умовах ринкової економіки. Це комплекс послуг, що надаються виробником або уповноваженими організаціями для підтримки функціональності та працездатності товарів після їх придбання споживачем. Такий вид діяльності стає все більш значущим фактором конкурентоспроможності підприємств, оскільки якість обслуговування часто впливає на вибір споживача не менше, ніж технічні характеристики самого продукту. Сутність сервісного обслуговування полягає в забезпеченні максимальної відповідності продукції очікуванням споживачів та створенні додаткової цінності через надання супутніх послуг. Це своєрідний місток між виробником та споживачем, що дозволяє встановити довготривалі відносини та підвищити лояльність клієнтів. У контексті виробничих підприємств сервісне обслуговування передбачає створення інфраструктури та системи взаємодій, що забезпечують безперебійне функціонування проданої продукції протягом усього життєвого циклу [1].

Напрями вдосконалення маркетингової системи сервісного та післяпродажного обслуговування продукції машинобудівного підприємства пропонується розглянути на прикладі приватного акціонерного товариства «Хорольський механічний завод».

Впровадження цифрових технологій у післяпродажне обслуговування є одним із найбільш перспективних напрямів розвитку. Розробка та впровадження системи віддаленого моніторингу обладнання дозволить відстежувати стан машин та устаткування в режимі реального часу, прогнозувати можливі несправності та планувати технічне обслуговування до виникнення критичних ситуацій. Це не лише зменшить кількість аварійних зупинок обладнання у клієнтів, але й оптимізує витрати на виїзні роботи сервісних інженерів. Враховуючи значне зростання собівартості послуг підприємства (на 57,3%), така оптимізація може суттєво підвищити рентабельність сервісного обслуговування. Створення комплексних сервісних пакетів з різними рівнями обслуговування дозволить диференціювати клієнтів за їхніми потребами та платоспроможністю. Базовий пакет може включати планове технічне

обслуговування та усунення несправностей, розширений – додаткові послуги з оптимізації роботи обладнання, а преміум-пакет – повний супровід з гарантією безперебійної роботи та модернізацією обладнання. Такий підхід дозволить підвищити доходи від післяпродажного обслуговування та створити додаткові стимули для клієнтів обирати саме продукцію ПрАТ «Хорольський механічний завод». Розвиток інжинірингових послуг у напрямку енергоефективності та ресурсозбереження відповідає сучасним трендам у промисловості. Підприємство може розширити консультаційні послуги, включивши до них аудит енергоефективності виробництва клієнта, рекомендації з оптимізації використання ресурсів та модернізації обладнання з метою скорочення енерговитрат. Враховуючи загальне зростання цін на енергоносії, такі послуги будуть мати високий попит серед промислових підприємств. Впровадження системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) дозволить систематизувати інформацію про клієнтів, їхнє обладнання, історію обслуговування та запити. Це підвищить якість та швидкість обслуговування, дозволить проактивно планувати сервісні роботи та своєчасно пропонувати клієнтам додаткові послуги. Враховуючи зростання продуктивності праці на підприємстві на 37,1%, впровадження заходів щодо розвитку послуг з модернізації існуючого обладнання клієнтів, включаючи його автоматизацію та цифровізацію, може стати перспективним напрямом для підприємства [2]. В умовах обмежених інвестиційних можливостей багатьох компаній модернізація існуючого обладнання часто є більш доступною альтернативою придбанню нового. ПрАТ «Хорольський механічний завод» з його інжиніринговими компетенціями має всі можливості для розвитку цього напрямку. Розширення асортименту запасних частин та витратних матеріалів, а також оптимізація логістики їх постачання клієнтам дозволить скоротити час простою обладнання та підвищити задоволеність клієнтів. Створення регіональних складів запчастин та можливість експрес-доставки критично важливих компонентів забезпечить швидке відновлення працездатності обладнання у випадку несправностей.

Впровадження цих заходів дозволить ПрАТ «Хорольський механічний завод» не лише підвищити ефективність, вдосконалити маркетингові системи сервісного та післяпродажного обслуговування, але й створити додаткові джерела доходу.

Література:

1. Гуменюк А.В., Гарматюк О.В. *Напрями удосконалення системи продовольчого маркетингу у сфері аграрного бізнесу. Економічні горизонти. 2022. №4 (22). С. 113–123.*

2. *Офіційний сайт ПрАТ «Хорольський механічний завод».* URL: <https://mehzavod.com.ua/ua/>